أثر تخفيض أسعار رحلات الطيران على حركة السياحة الخارجية في الأردن

د. حمدي جبر عبد الرحيم بركات د.فضيلة بوطورة
جامعة عجلون الوطنية -الاردن جامعة تبسة

ملخص

تعد السياحة في الأردن من القطاعات ذات التأثير في الاقتصاد الأردني، وبما أن الأسعار السياحية وفي مقدمتها أسعار تذاكر الطيران هي ذات أهمية كبرى في تنشيط حركة السياحة فإن هذه الدراسة تهدف إلى تسليط الضوء على أسعار التذاكر في الملكية الأردنية وأثره على تنشيط حركة السياحة في الأردن، ودورالملكية الأردنية في تعزيز الترويج السياحي للاردن في ظل وجود منافسة في الأسعار السياحية في دول الجوار. وقد خلصت الدراسة إلى أن أسعار تذاكر الطيران في الأردن تعد عالية بالمقارنة مع دول الجوار توصلت الدراسة إلى أن للملكية الأردنية دور ايجابي في الترويج السياحي للأردن، إلا أن أسعار رحلات الطيران ما زال مرتفعا في الأردن مقارنة بدول الجوار، لذا أوصت الدراسة بضرورة تطوير السياسات الترويجية للسياحة في الأردن وعلى رأسها تخفيض أسعار الرحلات السياحية، وعمل برامج سياحية شاملة ذات أسعار معتدلة تسهم في تنشيط حركة السياحة وتعزز دور الأردن السياحي في ظل المنافسة القوية في دول الجوار.

Abestract

Tuorisim is a significant component of Jordanian economy. And since tourism prices, especialy airfares, are of basic factors in activating the tourism in the country, this study aims at evaluating the prices of airfares and its impact on tourism in Jordan, and the role of (RJ) in tourist promotion in Jordan. The study concluded that the RJ has a positive role in the promotion of tourism in Jordan but the airfares are concedered high compared to the neighboring countries. Accordingly, the study recommended the development of promotional policies for tourism in Jordan, especially the reduction of the prices of tourist trips, and the work on tourism programs and statigies, updating and developing the promotion strategies and modest airfares prices, which contribute to the revitalization of the tourism in light of strong competition in the neighbour countries.

تمهيد

عرف الإنسان السياحة منذ أقدم العصور من خلال تجواله وترحاله ورغبته في الاكتشاف، وما لبثت أن تطورت تلك الظاهرة إلى أن أصبحت ظاهرة عالمية اجتماعية، بل وضرورة لتحقيق نوع من الرفاه وتغيير نمط الحياة والتخفيف من ضغوطات العمل، فأصبحت السوق السياحية العالمية سوقا ضخماً متنامياً. وتشهد السياحة في الآونة الأخيرة اهتماما متزايدا لكونها إحدى أهم موارد التنمية الاقتصادية المتكاملة، لمساهمتها في رفد النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية الشاملة(حميداتو، 2015). ويمكن القول أن السياحة أصبحت النشاط الاقتصادي الأول في العديد من الدول، فتعتمد عليه كاضافة إلى قيمة الصادرات وفي جذب العملات الأجنبية، مما يترتب عليه زيادة في الدخل القومي وزيادة الطلب على العمالة من مختلف القطاعات ذات الصلة بالقطاع السياحي في علاقة تشابكية تكاملية، فالاهتمام بالقطاع السياحي وتطويره يعد من القضايا الرائدة للنمو الاقتصادي (البطاط والزوين، 2006).

1- مشكلة الدراسة: تشير الدراسات في مجال السياحة أن لشركات الطيران دور بارز في تنشيط الحركة السياحية، وأن الأسعار المخفضة لتذاكر وخدمات الطيران تسهم بشكل كبير في تنشيط حركة السياحة الخارجية. وعلى الرغم من المجهود المتميز الذي تقوم به الملكية الأردنية - باعتبارها الناقل الرسمي للمملكة- في الترويج السياحي ورفد هذا القطاع الاقتصادي الهام فإن دورها لا زال محدوداً في تنشيط ودعم القطاع السياحي بسبب ارتفاع أسعار التذاكر والخدمات السياحية المرافقة في

ظل المنافسة الشديدة حيث يمكن للسائح الاختيار من بين الشركات لما لديه من الوعي الكامل بالخدمات السياحية؛ ونظراً لأهمية الموضوع فقد ارتأى الباحث دراسة أثر تخفيض أسعار رحلات الطيران على تنشيط حركة السياحة الخارجية في الأردن ومحاولة تسليط الضوء على المشكلة علها تحظى باهتمام أصحاب القرار.

2- أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في تبيان دور الخطوط الجوية الملكية الأردنية في الترويج السياحي للأردن وتسويقه في العالم، وتسليط الضوء على أثر تخفيض أسعار الرحلات على تنشيط حركة السايحة الخارجية في ظل المنافسة الكبيرة من دول المنطقة. وتكمن أهمية الدراسة أيضا في ندرة الدراسات والأبحاث التي عالجت موضوع أسعار التذاكر وتكاليف الطيران على تنشيط حركة السياحة في الأردن.

3- أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- التعرف على مفاهيم سياحية خاصة مثل الترويج السياحي ، والتسعير السياحي، وتخفيض أسعار الطيران.
- التعرف على أهمية تخفيض أسعار رحلات الطيران في دعم السياحة في الأردن.
- التعرف على أهمية أنواع شركات الطيران في الأردن وأبرزها في النقل السياحي ونقاط القوة والضعف لكل منها.
- التعرف على مساهمة شركات الطيران الأردنية في قطاع السياحة الأردني.

4- الدراسات السابقة

4-1- دراسة الرفاعي (2014) بعنوان" العوامل المؤثرة على قرار السائح الأجنبي لاختيار الأردن كمقصد سياحي من وجهة نظر السائح الأجنبي". هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في قرار السائح الأجنبي لاختيار الأردن كمقصد سياحي من وجهة نظر السئح الأجنبي، وإبراز القطاع السياحي كقطاع مساهم في زيادة الناتج القومي الإجمالي، وكان من أهم نتائج الدراسة ان الترويج السياحي الأردني في الخارج والأسعار أثر على قرار السائح لاختيار الأردن كمقصد سياحي بمستوى متوسط، في حين بينت الدراسة أن المنتج السياحي الأردني والأمن والاستقرار أثرا على قرار السائح بدرجة مرتفعة.

4-2- دراسة العمري (2013) بعنوان" شركات الطيران والترويج السياحي: الملكية الأردنية (حالة دراسة)". هدفت الدراسة إلى تقييم دور شركات الطيران في الأردن في الترويج وتعزيز القطاع السياحي من خلال تقييم دور الخطوط الجوية الملكية، وتحديد أهم السياسات والإجراءات الإيجابية التي تقوم بها الملكية الاردنية للتوريج للأردن سياحيا والإشارة إلى بعض الاستراتيجيات التي ينبغي على الملكية اتباعها من أجل الارتقاء بدورها في الترويج السياحي للأردن. وقد خلصت نتائج الدراسة إلى أن الملكية تقوم بدور إيجابي في الترويج للسياحة الأردنية باعتبارها الناقل الرسمي ، ويتمثل ذلك من خلال إقامة المعارض التي تبرز فيها الأردن التراثي والسياحي، ومن خلال الأفلام التي تعرضها أثناء الرحلات مع محدودية تلك الافلام، إلا أن الحاجة ما زالت ماسة لتطوير سياسات ترويجية للمملكة سياحيا بشكل أفضل، وعلى الملكية أن تقوم بها مثل تحديث الأفلام المعروضة وتخصيص مجلة للملكية للحديث عن المواقع السياحية الأردنية بشكل أكثر تفصيلا.

4-3- دراسة باوس (Barros,2014) بعنوان" المطارات والسياحة في موزمبيق". هدفت الدراسة إلى التعرف على كفائة المطارات والنقل الجوي في تعزيز النشاط السياحي في موزمبيق، من خلال دراسة جودة الخدمات المقدمة للسائحين خلال الفترة الواقعة ما بين 2000-2012، وأظهرت نتائج الدراسة ان أسعار خدمات النقل الجوي والخدمات المقدمة للسائحين داخل المطارات كان لها اكبر الاثر في تعزيز النشاط السياحي للبلد وفي استقطاب السائحين.

4-4- دراسة شانغ ووانغ (Chang & Wang,2011) بعنوان" تأثير الناقلات منخفضة التكلفة على السياحة الجزيرة الكورية". هدفت الدراسة إلى التعرف على اثر الأسعار المنخفضة للطيران على النشاط السياحي في شبه الجزيرة الكورية، وقد اشارت نتائج الدراسة إلى ان اسعار الطيران المنخفضة التي تقدمها بعض الشركات قد أسهمت بشكل كبير في زيادة السياحة غلى كوريا مما زاد من مقدار العائد السياحي للبلد. وتوصي الدراسة بضرورة دعم شركات الطيران اقتصاديا للمحافظة على النجاح الذي حققه قطاع السياحة في البلاد.

4-5- دراسة وارنوك سميث ومريل (Warnock-smith & Morrel, 2008) بعنوان" تحرير النقل الجوي ونمو حركة العبور في الاقتصادات المعتمدة على السياحة: حالة تاريخية من بعض الأسواق الأمريكية والبحر الكاريبي". هدفت الدراسة غلى التعرف على العلاقة بين قدرة الناقل الجوي على التطوير وسياسات غصلاح الطيران من خلال تحرير اسعار الطيران لدى عدد من دول منطقة الكاريبي ومدى تاثيرها على النمو السياحي في تلك المنطقة، ووجدت النتائج ان هناك تاثير إيجابي لعدد المنافسين الجويين وزيادة في أعداد الناقلين الجويين ذوي الأسعار المنخفضة في زيادة النشاط السياحي في دول منطقة الكاريبي.

المحور الأول: مقومات السياحة في الأردن

أولا- مفهوم السياحة والسائح الدولي

1- مفهوم السياحة: تعددت الاصطلاحات المتعلقة بالسياحة تبعاً لأغراضها، فهناك السياحة بمفهومها العام وهناك السياحة الدينية والسياحة الثقافية والعلاجية والرياضية وسياحة المؤتمرات وغيرها، وعليه لا بد من من توضيح مفهوم السياحة الدولية وتعريف السائح الدولي. تعرف منظمة السياحة العالمية (UNWTO,1995) السياحة على أنها "نشاط من الأنشطة التي تتعلق بخروج الفرد من الوسط الذي يقيم فيه ولمدة لا تتجاوز سنة متواصلة، لغرض الترفيه والاستمتاع أو لغير ذلك، على أن لا تكون مرتبطة بممارسة نشاط بهدف الحصول على دخل". وعرف مؤتمر السياحة والسفر الدولي المنظم من قبل الأمم المتحدة والمنعقد في روما عام 1963 السياحة على أنها : ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائم إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة، ولا تزيد عن اثني عشر شهراً بقصد الترفيهية، أوزيارة الاماكن التاريخية، والسياحة كالطائر لها جناحان هما السياحة الخارجية والسياحة الداخلية (بوعموشة،2011).

2- مفهوم السائح الدولي: عرفت منظمة السياحة العالمية (UNWTO) السائح الدولي على أنه الشخص المسافر إلى بلدٍ غير بلد إقامتهُ المعتاد، لمدة لا تزيد عن 12 شهراً على أن لا يكون الهدف الرئيس هو الكسب المادي أو الإقامة الدائمة (UNWTO, 1995).

ثانيا- مقومات السياحة في الأردن

يحظى الأردن بمقومات حضارية طبيعية وتاريخية تجعل منه بلداً سياحيا متميزا، وقادرا على المنافسة في الأسواق السياحية الإقليمية والعالمية وتلبية الأغراض السياحية، ومن هذه المقومات السياحية هي:

1- المقومات الطبيعية:وتتمثل بصفة عامة في مايلي:

أ. الموقع الجغرافي: حيث يقع الأردن في الجزء الغربي من قارة آسيا وفي وسط الوطن العربي، مما جعله ممراً برياً وبحرياً إلى الجنوب(مقابلة وذيب، 2000).

ب. تنوع التضاريس: حيث يوجد في الأردن ثلاثة مظاهر تضاريسية، يتمثل المظهر الأول في المنطقة المنخفضة من اليرموك شمالاً مروراً بغور الأردن والبحر الميت حيث أخفض نقطة في العالم حتى وادي عربة جنوباً، ويتمثل المظهر الجغرافي الثاني في الجبال المحاذية لغور الأردن والتي تحظى أيضاً بمناطق الجذب سياحي مثل منطقة وادي رم ذات الطبيعة الصحراوية الجذابة

والفريدة على السواء، أما المظهر الثالث فيتكون من الصحراء الأردنية التي تشكل أكثر من 70% من مساحة المملكة، والتي تعد منطقة جذب سياحي خاص بالتخييم الصحراوي أو ما يعرف بالسياحة الصحراوية (أبو عياش وآخرون، 2007).

جـ. المناخ: يقع الأردن ضمن منطقة إقليم البحر الأبيض المتوسط المعتدل(ابو عياش وآخرون، 2007).

2- المقومات الحضارية والتاريخية: يشتمل الأردن على العديد من المواقع التاريخية الأثرية والحضارية ومن أبرزها مايلي: (هيئة تنشيط السياحة، 2017).

- البتراء، واحدة من أهم مواقع التراث العالمي، والتي انتخبت في العام 2007 كواحدة من عجائب الدنيا السبع. مما أدى إلى زيادة في الاستثمار السياحي لهذه المنطقة بشكل كبير.

- جرش وام قيس والمدرج الرومان يف عمان: من المواقع الأثرية الهامة في البلاد لما تنطوي عليه من آثار تعود للعهود الرومانية.

- جبل نيبو: يقع هذا الجبل الى الغرب من مدينة مادبا الأردنية بنحو 10 كم، وهو مقدس عند المسيحين واليهود لأنهم يعتقدون أن نبي الله موسى عليه السلام وقف عنده ينظر إلى الأرض الموعودة، فيأتي إليه الحجاج المسيحيون كجزء من صقوس الحج.

3- المقومات الأمنية: تتمثل المقومات الأمنية في الأردن في حالة الأمن والاستقرار التي تسود البلاد، مما توفر للسائح ميزة التجوال الآمن والتنقل بطمأنينة (مقابلة وذيب، 2000). وفي السنوات القليلة الماضية شهد العالم زيادة في الطلب على السياحة وازدادت حدة المنافسة على السياحة في دول الاستقطاب، وهو ما تعكسة البيانات المتعلقة بحركة السياحة الدولية والتي تظهر نمواً مضطرداً في أعداد السياح. وعالمياً تحتل أوروبا وأميركا الشمالية المرتبة الأولى في حركة السياحة العالمية، وبالنسبة لحصة الشرق الأوسط من السياحة الدولية فتبقى متواضعة نسبياً نظراً لاعتبارات عدة منها وعلى رأسها ما تشهده هذه المنطقة من الاضطرابات والنزاعات السياسية التي انعكست آثارها على النشاط السياحي، وأدت إلى انخفاض عدد السياح في المنطقة ككل (بلقاضي، 2012). وبالنسبة لحركة السياحة في الأردن فإن المتتبع لوضع السياحة في البلاد منذ عقد التسعينات حتى الأن يلاحظ أن هذا القطاع مر بحالة من الشد والجذب طوال هذه الفترة، فقد تأثر الأردن بالتغييرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي طرأت على البلاد مطلع عقد التسعينات، حيث انخفضت فيها حركة السياحة وعدد السياح الوافدين بسبب تداعيات حرب الخليج، ونزوح أكثر من نصف مليون أردني من الكويت الى الأردن (الطعامنة، 2001).

وعلى الرغم من عدم توفر بيانات تفصيلية عن الحقبة من 1990-1993 حول النشاط السياحي في الأردن إلا أن العام 1994 سجل ارتفاعا في حركة السياحة الدولية بشكل ملحوظ، فقد بلغ عدد السياح القادمين إلى المملكة عام 1994 (858) ألف سائح، لينمو العدد بنسبة 25% عام 1995، ويفسر ذلك بتوقيع الأردن لمعاهدة السلام مع إسرائيل في العالم 1994 (الطعامنة، 2001). إلا أن الأداء السياحي شهد انخفاضا في العام 2001 بنسبة (3.6%) وذلك بسبب الركود الاقتصادي العالمي الناجم عن أحداث الحادي عشر من سبتمبر. ومن اللافت أن العام 2003 شهد ارتفاعا في عدد السياح الوافدين إلى الأردن ليصل إلى نحو مليوني(2 مليون) سائح على الرغم من الأحداث الجسام التي مرت بها المنطقة مثل الحرب الأمريكية على العراق وانتشار مرض السارس في آسيا، فقد بلغ معدل نمو السياحة في الأردن بنسبة (45%) مقارنة بالعام 2002، ليصل الرقم إلى أكثر من ثلاثة ملايين سائح حتى عام 2009. (مقابلة،2007).

أثر تخفيض أسعار رحلات الطيران على حركة السياحة الخارجية في الأردن

أما من حيث الدول المصدرة للسياح إلى المملكة، فإن السياح العرب يشكلون النسبة الأكبر من السياح القادمين إلى الأردن بنسبة وصلت في العام 2005 إلى (62%) من عدد السياح الكلي. وغالبية هؤلاء السياح من دول الخليج التي تشكل النسبة الأكبر من مجموع السياح العرب، بنحو 526 ألف سائح خليجي في ذات العام، أي نحو 28% من نسبة السياح العرب، ويشكل السعوديون نحواً من 73% من مجموع السياح الخليجيين لنفس العام. وارتفعت نسبة السياح الخليجيين القادمين إلى الأردن في عام 2009 إلى نحو 43%، لتحافظ المملكة العربية السعودية على المرتبة الأولى بنسب 77% من المجموع العام للسياح العرب القادمين من دول الخليج. ويعزا ذلك إلى القرب الجغرافي وسهولة الوصول إلى الأردن. وتعتبر المنطقة الإفريقية أفقر الأسواق السياحية القادمة إلى المملكة باستثناء دول شمال إفريقيا التي تحتسب نسبتها من ضمن الدول العربية التي شكلت 35% ,0. من المجموع الكلي للسياح العرب في العام 2009، وهذه النسب تدل على حجم النمو الكبير في السياحة الدولية إلى الأردن (أبو عياش وآخرون، 2007). كما أن السياحة الأجنبية في المملكة شهدت تراجعا واضحاً مع بداية الربيع العربي، ووصل الوضع أسوأ حالاته في العام 2015(2015, http://www.alghad.com /articles) ويحتل الإتحاد الأوروبي المرتبة الثانية في نسبة السياح الوافدين إلى المملكة ووصل عدد السياح الكلي القادمين إلى المملكة في العام 2016 إلى 327,661 ، وكان عدد السياح العرب منهم 28,724 والاوروبيون141,032، والامريكان45,307 ، والدول الافريقية 1,824، ودول اسيا والباسيفيك 84,085 (بيانات البنك المركزي، 2017). وقد بلغ الدخل السياحي المتحقق من قطاع السياحة في العام 2010 حوالي مليارين و 423 مليون دينار، ومن العام 2010 حتى العام 2016 بلغ الدخل المتحقق من عائدات السياحة حوالي22395.9 مليون دينار(بيانات البنك المركزي، 2017).

ثالثا- الطلب السياحي في الأردن والعوامل المؤثرة فيه

1- أعداد السياح القادمين والمغادرين: تستضيف الأردن سنويا الالف من السياح الدوليين القادمين من مختلف أنحاء العالم مما يؤدي إلى تنشيط حركة السياحة الأردنية، حيث تؤثر السياحة الوافدة على ميزان المدفوعات الأردني إيجابا، في حين يتأثر سلبا بالسياحة الخارجة من الأردن، لأن السياح القادمين إلى الأردن ينفقون النقد مقابل خدمات النقل والطعام والشراب والتسوق مما يزيد من رصيد العملات الأجنبية، ويبين الجدول التالي حركة السياحة الدولية الوافدة إلى الأردن من خلال أعداد السياح القادمين والمغادرين خلال الفترة (2006-2016).

الجدول رقم (1): أعداد السياح القادمين والمغادرين بالألف سائح خلال فترة الدراسة (2006-2016)

السنوات	عدد السياح القادمين	%*نمو السياح القادمين	عدد السياح المغادرين	%* نمو السياح المغادرين
2006	9599,700	%8,10	8992,000	%7
2007	8947,500	%6,7	8475,300	%5-
2008	9458,900	%5	9231,800	%8
2009	9500,400	%4	9278,000	%5
2010	11390,500	%19	11126,000	%19
2011	8860,273	%22	8739,261	%21
2012	823,800	%7	8065,200	%7
2013	7095,100	%13	6978,800	%13
2014	7031,996	%-8.8	6940,693	%5.4
2015	6441,641	%8.3-	6427,032	%7.3-
2016	6422,714	%.29	6459,212	%4.6

المصدر: وزارة السياحة والاثار – قادمون ومغادرون (2006- 2016). (%*) أُحتسبت نسبة النمو من قبل الباحثان.

وفي السنوات القليلة الماضية شهد العالم زيادة في الطلب على السياحة وازدادت حدة المنافسة على السياحة في دول الاستقطاب، وهو ما تعكسة البيانات المتعلقة بحركة السياحة الدولية والتي تظهر نمواً مضطرداً في أعداد السياح، وبحسب المنظمة العالمية للسياحة فقد نما عدد السياح في العام 2011(4.4%) عن العام 2010، أي ازداد عدد السائحين من 939 مليون سائح الى 980 مليون سائح دولي، ووصل في العام 2012 إلى مليار و35 مليون سائح. وتشير تقارير منظمة السياحة العالمية إلى أن عدد السياح ارتفع في العام 2014 إلى مليار ومائة مليون سائح بزيادة قدرها 45 مليون سائح عن العام 2013، وبزيادة قدرها 4.7%، وتستمر السياحة العالمية في النمو فوق المعدل طويل الأجل الذي توقعته منظمة السياحة العالمية، للفترة بين 2010-2020 وهو (+3.8%) وكانت الولايات المتحدة الامريكية كاقوى دولة في نسبة زيادة عدد السياح (+9%) تلتها جنوب اسيا (+8%) ثم دول جنوب اوروبا الواقعة على البحر المتوسط وشمال اسيا وشمال اوروبا حققت جميعها نسبة ارتفاع وصلت الى (+7%) (مجلة فوربس، https://www.forbesmiddleeast.com/).

2- العوامل المؤثرة في الطلب السياحي: يتأثر الطلب السياحي في أي بلد بالعديد من العوامل، ويمكن توضيح هذه العوامل فيما يلي: (Cooper, 2012، احمد، 2010)

2-1- الأسعار : وتعتبر العلاقة بين السعر والطلب علاقة عكسية . ومع ثبات العوامل الأخرى يؤدي انخفاض أسعار الخدمات والسلع السياحية إلى ارتفاع حجم الطلب السياحي على أماكن الجذب والعكس صحيح. ويعود السبب في ذلك الى أن السائحين يفضلون المواقع السياحية التي تتميز بانخفاض أسعار خدماتها.

2-2- سعر الصرف : ويرتبط هذا العامل بالسياحة الخارجية أي باستبدال العملة، فكلما كان سعر الصرف للبلد السياحي قليلا كلما ارتفعت القدرة الشرائية للسائح وزادة مدة إقامته في البلد السياحي.

2-3- مستوى دخل السائح: تكون العلاقة بين مستوى دخل السائح والطلب السياحي طردية، فكلما كان دخل الفرد عاليا ارتفع طلبه على السياحة.

2-4- الديمغرافية السكانية :هناك عوامل يموغرافية سكانية تؤثر في الطلب السياحي مثل عمر السائح، حيث يزداد الطلب السياحي لدى الفئات العمرية الشابة التي تتراوح بين (18-36)، اما الجنس فقد اشارت الدراسات إلى أن الذكور أكثر اقبالات على السياحة من الإناث لتمتعهم بحرية أكبر في التنقل والترحال.

2-5- أسعار الخدمات السياحية :يعرف المنتج السياحي أو (الخدمة السياحية) على أنها جميع ما يعرض من المناظر الطبيعية وجبال وسهول ووديان وصحاري وغابات وأنهار وبحيرات ومسابح وفنون شعبية ونصب تذكارية وآثار تاريخية ودينية وأماكن رياضية وتسلية وترفيه وملاعب وحدائق ومتنزهات ومسارح والمرافق الصحية والمنتجعات الصحية والحمامات الطبيعية(برنجي، 2009). والسعر أو سعر المنتج السياحي هو "المال الذي يتم قبضه من المستخدم أو المستهلك جراء المكان او الموقع أو المشتري للسلعة المادية عينها أو أية خدمات أخرى مرتبطة بها بحيث يكون منطقيا ومقبولا"(عبيدات،2000) ، فهو يمثل قيمة السلعة أو الخدمة للمستهلك خلال فترة زمنية محددة. ومن المؤكد أن الطلب السياحي يتاثر بسعر المنتج السياحي وعوامله، بل ان السائحين الدوليين هم أكثر حساسية للسعر، وعادة ما يقارن السياح الدوليون ثمن السلعة السياحية(تكلفة المعيشة) في البلد السياحي بتلك التي في بلدانهم أو في الوجهات السياحية البديلة، وبالتالي على أصحاب القرار التأني عند تحديد الأسعار وأخذ القدرة التنافسية بالاعتبار لا سيما إذا كانت صناعة السياحة في البلد المعين أخذة في النمو (Lim, 2006). وبما أن السياح يتحملون تكاليف الرحلة إلى البلد السياحي التي تشمل تذكرة الطائرة والمسكن والطعام والتنقل والتسوق فإنهم يقارنون تلك الأسعار بأسعار في بلدانهم الأصلية. وبالتالي فإن السياح هنا يتخذون قرار زيادة تلك الوجهة أو

عدم زيارتها اعتمادا على العوامل السابقة(De Mello et al , 2002).وتتكون أسعار الخدمات السياحية: رسوم المواقع السياحية، أسعار الطيران، أسعار الخدمات الفندقية، أسعار المطاعم، أسعار المواصلات، العروض التسويقية(السمهوري، 2014).

المحور الثاني: رحلات الطيران ودورها في حركة السياحة الخارجية بالأردن

أولا- السياحة والنقل الجوي

يعود استخدام النقل الجوي إلى فترة الحرب العالمية الثانية، حيث أصبح من الممكن التنقل لمسافات بعيدة وبسهولة وسرعة، وأصبح من الممكن قضاء الإجازات في أمكان بعيدة، أما استخدام الطيران في مجال السياحة فقد توسع في الوقت الحالي ليصبح الوسيلة الأكثر ملائمة والأوسع انتشاراً من بين جميع وسائل النقل، لما يمتاز به من السرعة والسهولة والراحة، خاصة إذا توفرت رحلات الطيران ذات التكلفة المناسبة، ومؤخراً ظهر مفهوم السياحة الشاملة التي تقوم على تقديم برنامج سياحي متكامل مكون من رحلة الطيران وحجز الفندق وتوفير وسائل التنقل المحلية والطعام وكافة الخدمات للسائح، وبالتالي تكون تكلفة الرحلة السياحة الجوية أقل من تكلفة الرحلة السياحة البرية. وهذا ما فتح باب المنافسة بين شركات الطيران لتقديم أكثر العروض الترويجية السياحية ملائمة، فأصبحت تقدم أسعارا وعروض خاصة، ولم تقتصر أسعار المنافسة بين الشركات الطيران على أسعار الخدمات بل على توفير أفضل الخدمات للمسافرين من خلال الوجبات الغذائية والمشوبات المتنوعة، وتقديم خدمات الترفيه كمشاهدة الأفلام والأخبار وغيرها، وتقدم بعض شركات الطيران هدايا للمسافرين مثل زجاجات العطور والهدايا التذكارية مما يعزز من ميزاتها ويزيد من ترغيب المسافرين للسفر معها مرات عديدة (الحوري والدباغ، 2001).

ثانيا- الترويج السياحي في الأردن

هناك العديد من الهيئات الحكومية والخاصة التي تعنى بتسويق وترويج الأردن سياحيا، ذلك أن التسويق والترويج عملية مستمرة ومنظمة تهدف إلى تسويق المنتج السياحي بمختلف مكوناته وتعكس الصورة الجذابة للبلد المقصد وتحسين هياكله التنظيمية ليصبح وجهة سياحية منافسة، مما يعني زيادة حجم العائدات السياحية وتحسين الاقتصاد. وتعنى وزارة السياحة والآثار الأردنية كونها المسؤول الرسمي عن السياحة في الأردن بتنشيط السياحة، إلا أن هيئة تنشيط السياحة هي المسؤول عن تنشيط والترويج للسياحة في الأردن بشكل كبير. (وزارة السياحة والاثار، 2015)، ويواجه التسويق السياحي الأردني العديد من المشكلات من أهمها الأزمة الاقتصادية العالمية والمتغيرات السياسية في المنطقة وضعف الموارد المالية المخصصة لهيئة تنشيط السياحة، مما يعيق تنفيذ وتطوير برامج سياحية فعالة وعدم القدرة على الوصول إلى أسواق جديدة ومنافسة الأسواق السياحية المجاورة والاتجاه نحو الأسواق التقليدية المتمثلة بالأسواق الأوروبية، أضف إلى ذلك ارتفاع أسعار تذاكر الطيران عبر الناقل الجوي الأردني، إذ تساهم أسعار الطيران بدور بارز ومهم في جذب السائحين الدوليين، وتتفاوت أسعار الطيران من بلد لأخر ومن شركة طيران لأخرى(الزعبي، 2009).

ثالثا- شركات الطيران الأردنية

1- الملكية الاردنية: تأسست المليكة الأردنية بموجب إرادة ملكية سامية من الملك حسين بن طلال عام 1963 في 19 اغسطس، وباشرت عملها في 15 ديسمبر من نفس العام لتكون الشركة الرسمية للطيران الأردني، يقع مقرها في العاصمة عمان وتباشر عملها من مطار الملكة علياء الدولي ومطار ماركة المدني، وتمتلك اسطولا مكونا من اكثر من 30 طائرة تصل رحلاتها إلى أربع قارات بتسعة وخمسين وجهة، والملكية الأردنية في تطور دائم، ففي العام 1967 شهدت المليكة تراجعا كبيرا نتيجة القصف الإسرائيلي لمدرج الطيران في مطار الملكة علياء الدولي آنذاك، حيث تم تدمير جميع طائرات دي سي 7 في مدرج الطيران، إلا أنها بدأت تستعيد عافيتها في العام 1968 ، حيث بدأت تشهد توسعا في رحلاتها إلى وجهات جديدة

مثل طهران والدوحة وبنغازي ونيقوسيا وبعض أجزاء من آسيا وأروبا مثل ميونخ واسطنبول. وفي العام 1986 تم تغيير إسمها إلى الخطوط الجوية الملكية بدلاً من عالية، وتلاها في الثمانينات والتسعينات حالة من النمو والازدها لتصل رحلاتها إلى الولايات المتحدة الأمريكية والعديد من المدن الأوروبية والآسيوية حتى جاكرتا، وفي العام 2007 أضافت الملكية كندا إلى وجهاتها. (http://www.rj.com/ar/our_fleet.html?learn_more). وتضم الملكية في أسطولها نحو 29 طائرة كما هو مبين في الجدول رقم (2) الموالي:

الجدول رقم (2): أسطول الملكية الاردنية

نوع الطائرة	العدد	عدد المقاعد
بوينج 787	6	271
ايرباص 330	2	197
ايرباص 320	7	136
ايرباص 321	2	147
ايرباص 319	4	110
امبراير 195	4	110
امبراير175	3	72
ايرباص 310 مخصصة للشحن الجوي	1	/
المجموع	29	/

المصدر: موقع الملكية الأردنية، على الرابط الالكتروني: http://www.rj.com/ar/embraer_175.html

2- الأجنحة الملكية: تأسست الأجنحة الملكية في العام 1996وهي شركة تمتلكا المليكة الأردنية بالكامل، ويتكون أسطولها من طائرة واحدة من طراز ايرباص 320 . تتجه رحلاتها من مطار الملكية علياء الدولي ومطار ماركا إلى كل من العقبة، تل أبيب، العريش، شرم الشيخ، حلب، أنقرة، والإسكندرية (موقع الاجنحة الملكية، 2017 http://www.royalwings.com.jo/About-RW/history)

3- الأجنحة العربية: تأسست عام 1975، وهي شركة طيران أردنية خاصة تابعة لمجموعة العربية للطيران، تعمل في تشغيل خدمات الطيران العارض في منطقة الخليج العربي والشرق الأوسط وأجزاء من أوروبا، ويتكون أسطولها من نحو خمسة عشر طائرة كما هو مبين في الجدول رقم (3).

جدول رقم (3) أسطول الأجنحة العربية

نوع الطائرة	العدد
بومبارديه تشالنجر 604	3
بومبارديه تشالنجر 605	2
بيتشكرافت سوبر كينغ إير	1
هوكر 800 إكس بي	3
بومبارديه غلوبال 5000	1
سيسناسايتيشنXLS+	1
غلف ستريمG450	1
امبراير ليجاسي 650	1
بومبارديه سي آر جيه 20	2

المصدر: الأجنحة العربية على الرابط الالكتروني: (http://www.arabwings.com.jo/AW_Our_History)

4- الأردنية للطيران: شركة طيران أردنية خاصة، تأسست في العام 2000، مركزها مطار الملكة علياء، تمتلك الشركة أسطولا مكونا من 19 طائرة من طراز البوينج 767 والايرباص 737 و 320 حديثة الصنع، وتقوم الشركة بتسير رحلات إقليمية عارضة، ورحلات جوية منتظمة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وأوروبا، وتعتمد الأردنية للطيران في رحلاتها على نقل 70% من قوات حفظ السلام في العالم إلى وجهات معينة بالتنسيق مع الأمم المتحدة. وتقوم الشركة بتغطية الرحلات السياحية من الأردن إلى لبنان والعكس بمعدل رحلة يوميا (موقع الشركة، 2017: http://flightarabia.com/)

5- الصقر الملكي: هي شركة شحن جوي تأسست عام ٢٠٠7 ، يقع مقرها في مطار ماركا وهي مملوكة لسلاح الجو الملكي الأردني، تعتبر اليوم ثاني أكبر ناقل جوي في المملكة بعد الملكية الأردنية، حيث يتألف أسطولها من أربع طائرات من طراز ايرباص 320، بوينج 737، بوينج 767، بوينج 767، وتعمل الشركة في نقل البضائع والأفراد (موقع الشركة، 2017: https://www.revolvy.com/topic/Royal%20Falcon)

6- الفضاء للطيران: شركة تأسست علم ٢٠٠٨و تعمل من مطار الملكة علياء الدولي منذ العام 2009 حيث مقر الشركة ، وهي شركة نقل وشحن جوي، يتكون أسطولها من طائرة واحدة(العمري، 2013).

7- البتراء للطيران: تأسست خطوط البتراء الجوية عام ٢٠٠٥ من قبل مجموعة من رجال الأعمال وهي جزء من مجموعة رم الأردن، وفي عام ٢٠١٠ حصلت على شهادة المشغل الجوي من هيئة الطيران المدني الاردني كمشغل جوي تجاري (العمري، 2013). وتعمل كافة الشركات السابقة في مجال نقل الركاب وشحن البضائع، إلا أن المليكة الأردنية والصقر الملكي هما الشركتان الوحيدتان اللتان تعملان بشكل رحلات منتظمة دون باقي الشركات الاخرى ذات الرحلات غير المنتظمة.

رابعا- دور الملكية الأردنية في ترويج الأردن سياحيا

بفضل الخدمات التي تقدمها الملكية الأردنية فإنها تتمتع بمزايا تنافسية كبيرة أهلتها للانضمام الى تحالف العالم الوحد (One World) وذلك في العام 2007 لتكون أولى شركات الطيران العربية التي تنضم إلى هذا التحالف وهو التحالف الذي يضم في عضويته افضل وأكبر عشر شركات الطيران على مستوى العالم والتي تشترك جميعها في تقديم أرقى وأفضل الخدمات ذات المستوى العالي. ولتضطلع المليكة الأردنية بمهامها على الوجه الأكمل فقد قامت بعدة إجراءات تطويرية وأدخلت أنظمة حديثة على منظومتها مثل برنامج المسافر الدائم، وأنظمة الحجز عن طريق الانترنت، الذي للمسافرين كافة خدمات الحجز ومعلومات عن الرحلات على مدار الساعة. كما أنها تقوم من وقت لاخر بتقديم عروضا وأسعار منافسة تناسب مختلف الفئات والطبقات(التقرير السنوي للملكية الأردنية ، 2015). وتهتم المليكة الأردنية في إبراز الأردن بالصورة المثلى في الخارج، إذ أنها تروج للأردن بشكل عام وللمواقع السياحية بشكل خاص، وتسعى بأن يحصل المسافر على متنها على الرضا الكامل حتى يروج للاردن وذلك من خلال ما تقدمه من خدمات في رحلاتها (المعاني، 2005).

كما أنها تساهم في تنظيم رحلات نقل السياح وفي ترويج الأردن كبلد سياحي عبر مختلف وسائل الإعلام والمشاركة في المعارض التي تقام في البلدان العالمية وعرض الأردن حضارياً وتراثيا وسياحيا من خلال منشوراتها وتوزيع الهدايا التذكارية عند افتتاحها أي من فروعها في الخارج (الحوري والدباغ، 2001).

1- أسعار التذاكر في الملكية الأردنية وأثره على حركة السياحة في الأردن

تتنوع شركات النقل الجوي في خدماتها، فهناك خدمة الدرجة الأولى ودرجة رجال الأعمال، وهناك خدمة الدرجة الاقتصادية، وغيرها، كما تختلف شركات الطيران في طواقمها وأحجام طائراتها. ولرفد حركة السياحة التي تتزايد يوما بعد يوم، يتطلب الأمر الارتقاء بالخدمات الجوية المقدمة للسياح، لأن مجال السياحة يحتل المرتبة الأولى في عدد العاملين في العديد من دول

أثر تخفيض أسعار رحلات الطيران على حركة السياحة الخارجية في الأردن

العالم، ويتزايد أيضا المردود المادي السياحي بشكل سنوي لافت. وتبدأ الشركات التي تقدم الخدمات السياحية من منظم الرحلة أو وكيل السفر، فشركة الطيران، وشركات النقل السياحي والفنادق وأشكال الإيواء المختلفة كالشقق والمدن السياحية والمخيمات والمواقع السياحية المتنوعة.

وقد أشارت دراسة صادرة عن هيئة تنشيط السياحة الأردنية في العام 2014 أن أسعار تذاكر الطيران التي يتم إصدارها من الأردن مرتفعة مقارنة بدول الجوار مثل مصر ولبنان واسرائيل، وذلك بسبب الرسوم والضرائب. وتتسم رحلات الملكية الأردنية بكونها الأغلى ثمناً. وعلى سبيل المثال فإن سعر التذكرة من عمان الى لندن تبلغ 495 دولار بما يزيد بنحو 45 دولارا عن الوجهة نفسها من القاهرة، في حين يبلغ سعر التذكرة من بيروت إلى لندن 422 دولار ومن تل أبيب إلى لندن 330 دولارا لتكون الرحلة الأرخص ثمناً. كما يتكبد الزوار القادمين إلى الأردن دفع مبلغ 10% أو يزيد عن ذلك بعشرة أضعاف على الأقل كرسوم ومصاريف مقارنة بالدول السياحية المجاورة. ولتجنب الأثر السلبي لارتفاع أسعار التذاكر الصادرة من المملكة على حركة السياح، قامت المطارات الأردنية بالغاء ضريبة المغادرة بشكل مؤقت لفترة عام واحد(2015, http://www.alghad.com/articles).

وأشارت هيئة تنشيط السياحة في تقريرها الصادر في فبراير 2014 أن شبكة الطيران العالمية قد نقلت نحو 3.1 مليار راكب في 33 مليون رحلة جوية مجدولة في العام 2013، كان السبب في هذه القفزة الاستثنائية انخفاض تكاليف الرحلات الجوية لفترة النصف الأول من العام 2013 صحبها زيادة في الحمولة أو الطاقة الاستيعابية للطائرات وصلت إلى 92%. وأشارت الدراسة إلى أن نموذج خطوط الطيران منخفضة التكاليف تخلق نموا اقتصاديا في البلد ككل ويعود على شركات الطيران بالمزيد من الايرادات والعملاء. (http://www.mota.gov.jo/Contents).

ويتجه السياح الدوليين إلى الطائرات الأقل كلفة نظراً لما توفره هذه الرحلات من نقود يمكنهم استغلالها في التسوق في دول المقصد. ووفقا لنظريات السياحة فإن ما تحققه دولا مجاورة جراء ذهاب السياح إليها من عوائد سياحية تعد خسارة للأردن. وقد قامت الهيئة بدراسة التأثير الاقتصادي لإلغاء ضريبة المغادرة على الرحلات الخاصة والطائرات منخفضة التكاليف التي تأتي إلى مطار العقبة أو مطار الملك حسين الدولي في العام 2014 الذي يعود على البلاد في تنشيط الحركة السياحية، وفعلا قامت الحكومة بالغاء ضريبة المغادرة لمدة سنة واحد لدراسة آثار هذا القرار اقتصاديا. وتبعاً لهذا القرار ارتفعت رحلات القدوم إلى الأردن بنحو 136.884 سنة 2014، وارتفعت إيرادات السياحة الإضافية بقدر 79.288.587 مليون دينار في ذات العام، فيما بلغ صافي الإيرادات الإضافية للحكومة الأردنية ما مقداره 11.071.185 مليون دينار ايضاً (http://www.alghad.com/articles ,2015).

كما قامت الملكية الأردنية بتخفيض أسعار رحلاتها استجابة إلى توجيهات سامية من جلالة الملك عبدالله الثاني بضرورة تخفيض أسعار تذاكر الطيران لتحفيز النشاط السياحي إلى الأردن التي تتمتع بالامن والاستقرار الذي يعد ميزة من بين دول الجوار، والذي من شأنه أن يستقطب المزيد من السياح ويمكن من الاستثمار في المنتج السياحي الأردني (موقع الملكية الاردنية، 2015 http://rj.com/ar/news/title/3585.html)

إلا أن هذه القفزة التي شهدها القطاع السياحي في العام 2014 لم تتكرر بل إن القطاع السياحي في البلاد شهد حالة من التدهور في العام 2015 أدت الى تهديد عدد كبير من مكاتب السياحة الوافدة في البلاد بالاغلاق. حيث قامت الحكومة الأردنية برفع رسوم دخول بعض المواقع الاثرية بشكل كبير ومغاير للواقع الذي يعيشه القطاع السياحي في تلك الفترة من تراجع لعدد السياح الأمر الذي تطلب تخفيض الأسعار واجراء العروض الترويجية لا رفعها، كما أن البكجات السياحية

أثر تخفيض أسعار رحلات الطيران على حركة السياحة الخارجية في الأردن

التي تقدم في الاردن هي الأعلى في المنطقة وأن أسعار التذاكر أيضا لا تزال الأعلى في المنطقة، مما كان له الأثر السلبي الكبير على مكاتب السياحة والفنادق وشركات النقل السياحي والأدلاء السياحيين والمطاعم وكافة الخدمات المرتبطة بالقطاع السياحي، وصحيح أن الحكومة قررت إعفاء حاملي التذاكر الموحدة من رسوم الفيزا إلا أن هذا القرار أضر بالوكيل السياحي، اذا لا بد قبل اتخاذ أي اجراء أو تطبيق أي استراتيجية جديدة أن تشارك بها كافة الأطراف وتهتم بمصلحة جميع الهيئات والعناصر المسؤولة عن العملية السياحية في البلاد. (صحيفة الغد، 2016: http://alghad.com/articles/914021).

غير أن السياحة الأردنية عادت إلى التحسن في العام 2016 محققة مؤشرات إيجابية مقارنة بالعام 2015، وأن عدد سياح المبيت للمجموعات السياحية الأجنبية التي زارت الأردن ارتفع بنسبة 20% عن العام السابق ، بل إن عدد سياح المبيت بشكل عام قد ارتفع بنسبة 3% ليصل إلى 3.86 مليون سائح في العام 2016. كما ارتفع قيمة الدخل السياحي حتى نهاية تشرين الثاني من العام 2016 إلى 2.6 مليار دينار مقارنة بالعام السابق 2015. حسب مايوضحه الجدول رقم(4).

الجدول رقم (04): الدخل السياحي السنوي للأردن خلال الفترة(2006-2016)

السنة	مليون دينار	نسبة التغيير عن العام الفائت
2006	1,164.1	17.9%
2007	1,638.9	29.8%
2008	2,088.3	33.9%
2009	2,066.9	-6.4%
2010	2423.36	25.7%
2011	2431.51	-4.5%
2012	2.883.569.104	18.6%
2013	2.923.045.340	1.4%
2014	3106.6	6.3%
2015	2886.1	-7.1%
2016	2870.9	-0.5%

المصدر: موقع وزارة السياحة والاثار-الاحصائيات(2006-2016).

وكل هذا بسبب الجهود التي تبذلها الوزارة بالتعاون مع كافة الجهات المعنية بالسياحة بقطاعيها العام والخاص مما عزز تنافسية القطاع السياحي الأردني، ومنها إجراء حزمة من الإجراءات التي أسهمت في تخفيض الكلفة على السائح مثل تخفيض قيمة تعرفة الكهرباء على الفنادق لتقليل كلفة المنشات السياحية الفندقية وبالتالي التخفيف على السائح، وإلغاء تأشيرة دخول السياح من جميع الجنسيات القادمين عن طريق مكاتب السياحة الأردنية أفرادا أو مجموعات بشرط أن لا تقل الاقامة عن ليلتين متتاليتين. أضف إلى الغاء رسوم تأشيرة الدخول للسائح الحاصل على تأشيرة التذكرة الموحدة للمواقع السياحية على أن لا تقل الإقامة عن ثلاث ليال متتالية. كما تم تخفيض الرسوم على السياح القادمين عبر المعابر البرية من 40 دينار الى 10 دنانير بشرط الاقامة بما لا يقل عن ثلاث ليال متتالة وإلغاء الضريبة الخاصة على تذاكر الطيران المنتظم إلى كل من العقبة وعمان بشرط أن يقوم السائح بشراء التذكرة الموحدة للمواقع السياحية ولا تقل إقامته عن ثلاث ليال متتالية (هيئة تنشيط السياحة، 2016: http://ar.visitjordan.com).

وقد قامت وزارة السياحة والاثار الأردنية بعدد من الإجراءات في سبيل تنشيط الحركة السياحية مثل الترويج للسياحة في الأردن في عدد من الدول وتنظيم حملات ترويجية وزيارات ميدانية إلى من تلك الدول الدول الاسكدنافية وبلجيكا وهولندا وأوروبا والصين، وأشار موقع الهيئة إلى أن هذه الحملة أثمرت عن ارتفاع الحجوزات على تذاكر السفر من ألمانيا إلى الأردن

بنسبة 41 % ومن بريطانيا بنسبة 7% ومن ايطاليا بنسبة 57% ومن فرنسا بنسبة 15% ، ونتيجة لهذه الحملة ارتفع عدد الحجوزات تذاكر الطيران فيها بنسبة 8% من كل الاقطار وارتفع عدد الحجوزات الفندقية بنسبة 32% . وتهدف الوزارة إلى الإستثمار في قطاع السياحة في العام 2017 وتنفيذ المشاريع لتحسين وتطوير المواقع السياحية وصيانة المواقع الأثرية في كافة مناطق المملكة (هيئة تنشيط السياحة، 2016: http://ar.visitjordan.com)

توصيات الدراسة: من خلال ماسبق يمكن ذكر بعض التوصيات كمايلي:

- على الملكية الأردنية والخطوط الاردنية الناقلة للسياح تفعيل السعر التسويقي وتقديم سعر موحد من أي دولة أوروبية كسعر تشجيعي وإعفاء الطيران منخفض التكلفة من الضرائب التي تزيد العبئ المالي على المشغل.
- إعفاء السياح والزائرين من رسم الدخوليات السياحية للمواقع ومن تكلفة رسوم تأشيرة الدخول أو تخفيضها
- تخفيض ضريبة المبيعات على الفنادق والمطاعم وشركات النقل السياحي واستخدام أسعار تشجيعية لجذب السياح
- رفع عدد رحلات الطيران لبعض الأسواق ومحاولة إيجاد خط طيران مباشر من بعض الأسواق.
- فتح خطوط طيران جديدة وأ زيادة الرحلات الجوية من الأسواق الحالية التي تصل إليها الملكية.
- التحالف مع شركات الطيران العارض والمنخفض التكاليف ووكلاء شركات طيران أخرى تغطي المناطق غير المغطاة من قبل الملكية مثل طيران الاماراتية والاتحاد، والطيران التركي.

المراجع المعتمدة

- أبو عياش، عبد الاله الطائي، حميد. حرامي، جمال (2007). مدخل الى السياحة في الاردن بين النظرية والتطبيق، ط1، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان.
- احمد، منال(2010) دراسة في مدخل علم السياحة، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الاسكندرية.
- برنجي، ايمن(2009) الخدمات السياحية واثرها على سلوك المستهلك، دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بومرداس، الجزائر.
- بلقاضي ، آسيا (2012) ، تحليل العلاقة بين السياحة الدولية والنمو الاقتصادي ، دراسة حالة الأردن (1990-2009) ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، الاردن.
- البطاط ،كاظم أحمد، والزوين، محمد حسن علي(2006) ، مستخلص بحث: تحليل دالة الاستثمار السياحي في محافظة كربلاء، المؤتمر العلمي الثالث بعنوان "السياحة في العراق تراث وحضارة وآفاق مستقبل مشرق " جامعة أهل البيت، العراق،24-2005/5/25.
- بوعموشة، حميدة(2012) دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة-دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة فرحات عباس، الجزائر.
- حميداتو، محمد الناصر (2015) أثر النشاط السياحي في الجزائر على النمو الاقتصادي: دراسة قياسية للفترة 1997-2013 ، مجلة رؤى اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
- الحوري، مثنى والدباغ، اسماعيل(2001) مبادئ السفر والسياحة، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع. عمان، الاردن.
- الرفاعي، احمد (2014) العوامل المؤثرة على قرار السائح الأجنبي لاختيار الأردن كمقصد سياحي من وجهة نظر السائح الأجنبي،رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، اربد، الاردن.
- الزعبي، علي (2009) ادارة الترويج والاتصالات التسويقية، ط1،دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- السمهوري، عبير سليمان(2014) مقارنة أسعار الخدمات السياحية بين الاردن وتركيا من وجهة نظر السائحين الاردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاردنية، الاردن.
- الظاهر، نعيم(2001) مبادئ السياحة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن.
- عبيدات، محمد(2000) التسويق السياحي، مدخل سلوكي، ط1، دار وائل للباعة والنشر ، عمان، الاردن.

- العمري، براءة علي محمد(2013) شركات الترويج السياحي : الملكية الأردنية (حالة دراسة)، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الهاشمية، الزرقاء، الاردن.
- الطعامنة، مطيع، (2001)، دور السياحة في التنمية الاقتصادية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- مقابلة، احمد محمود(2007) صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع ، عمان، الاردن.
- الطائي، حميد(2003) مدخل الى السياحة والسفر والطيران، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- المعاني، ايمن (2005) المؤسسات العامة، ياسين للخدمات المكتبية والطلابية، عمان، الاردن.
- مقابلة ، خالد و ذيب ، الحاج فيصل (2000) ، صناعة السياحة في الأردن ، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- هيئة تنشيط السياحة: http://www.mota.gov.jo/Contents/Jordan_Tourism.2017
- موقع وزارة السياحة والاثار: http://www.mota.gov.jo.2015 /
- روابط خاصة بالملكية الاردنية:

https://www.revolvy.com/topic/Royal%20Falcon
http://flightarabia.com/
www.qnac.edu.jo
www.royalflight.com
http://www.rj.com/ar/embraer_175.html

- موقع الاجنحة الملكية: http://www.arabwings.com.jo/AW_Our_History
- موقع مجلة فوربس: https://www.forbesmiddleeast.com/
- صحيفة الغد الاردنية: 2015 http://www.alghad.com/articles).
- موقع هيئة تنشيط السياحة والسفر: http://www.mota.gov.jo/Contents/Jordan_Tourism_BoardAr.aspx
2016: http://ar.visitjordan.com

-agency of the United Nations World Tourism Organization (UNWTO), (1995)http://www2.unwto.org/en/publications?order=field_pub_date_value&sort=asc
-(A.I.T) International Touring Alliance: http://ait-touringalliance.com
-Barros, Carlos Pestana (2014). Airports and tourism in Mozambique. Tourism Management, 41, pp. 76-82.
-Chung, Jin Young and Whang, Taehee (2011). The impact of low cost carriers on Korean Island tourism. Journal of Transport Geography, 19 (6), pp. 1335-1340.
- Cooper, Chris (2012). Essentials of Tourism. London: Pearson Education.
- De Mello, M., Pack A. and Sinclair M. T. (2002). A System of Equations
Model of UK Tourism Demand in Neighboring Countries. Applied
Economics, 34 (4), pp. 509- 521.-
- Lim, C. (2006). A Survey of Tourism Demand Modeling Practice: Issues and Implications. In International Handbook on the Economics of Tourism. In L. Dwyer and P. Forsyth, eds. Cheltenham, UK and Northampton, MA: Edward Elgar.
-Masiero, L. and Nicolau, J. (2011). Price sensitivity to tourism activities: looking for determinant factors. Quaderno vol. 11 (1). Decanato della Facoltà di Scienze economiche. Via G. Buffi, 13 CH-6900 Lugano.
-Vanhove,N.2000. The Economics of Tourism Destinations. First Edition, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, USA, pp 2-6, 51.
-Warnock-Smith, David and Morrell, Peter (2008). Air transport liberalisation and traffic growth in tourism-dependent economies: A case history of some US-Caribbean markets. Journal of Air Transport Management, 14(2), pp.82-91.
-Setright, L. J. K. (2004). Drive On!: A Social History of the Motor Car. Granta Books. ISBN 1-86207- (698-7.(İngilizce).